

LEITBILDENTWICKLUNGS- PROZESS

INTERVIEWLEITFADEN FÜR GRUPPENINTERVIEWS MIT MITARBEITERN

Jedes Interview wird am Anfang „gerahmt“. Als Richtlinie dafür könnte das unter „Intervieweinführung“ Angeführte dienen. Danach kommt der Interviewteil, der in verschiedene Kapitel unterteilt ist, damit wir später leichter auswerten können.

Die Interviews mit Patienten / Angehörigen / Bevölkerung etc. sind gleich aufgebaut, man braucht nur die Perspektive umzudrehen.

1 INTERVIEWEINFÜHRUNG

- / Danke für die Zeit, wir werden ca. 1,5 Stunden brauchen
- / Der Hintergrund: wie es dazu kam, dass ein Projekt zur Leitbildentwicklung für eingesetzt wurde, neue Geschäftsführung etc., was bisher schon gelaufen ist, u.a. Arbeitsgruppe „Strategie“ schafft die Grundlagen
- / Wozu ein Leitbild, was steht in einem Leitbild, warum jetzt „wieder“ eines, es gibt doch schon was?
- / Im Leitbild soll jetzt einerseits stehen, was für den gesamten „Konzern“ generell gültig sein soll, aber auch, was das Spezifische der Sparten ist.
- / Deswegen machen wir die Interviews, um das herauszufinden
- / Die Ergebnisse aus den Interviews, werden wir allen Interviewteilnehmern und den Mitgliedern des Gesamtprojektes „Strategie- und Leitbildentwicklung“ in anonymisierter Form zur Verfügung stellen.
- / Die Ergebnisse sind dann die Grundlage für das Feintuning des Leitbildes.
- / Sobald das fertig ist, werden Sie diesbezüglich auch informiert werden, es wird einen eigenen Umsetzungsprozess geben.
- / Zum Ablauf des Interviews: es muss nicht jede/r zu allen Fragen antworten, wenn Sie eine Antwort geben können, bitte einfach sagen. Wir schreiben mit, damit wir nachher darauf zurückgreifen können.

2 FRAGENKATEGORIEN

Begriffs-Check

Beginnen wir mit einer kleinen Begriffszuordnungs-Runde. Wir sagen Ihnen einige „Leitbild-Überbegriffe“, die den Projektmitgliedern besonders wichtig waren, und Sie sagen, was Ihnen aus Ihrer Praxiserfahrung dazu einfällt, ob diese Begriffe für Sie praktische Relevanz haben, bzw. ob diese im künftigen Leitbild auftauchen sollten.

- / ...
- /
- /
- /

Motivation und Werte

Vorspann: Von entscheidender Bedeutung für erfolgreiche Arbeit ist immer, was uns antreibt, die Arbeit zu tun. Also warum wir sie so und nicht anders erledigen. Im weitesten Sinn geht es um unsere „inneren Antreiber“, aber auch unsere persönlichen Werte, die unser Handeln leiten. Wenn Sie in Ihre Praxis schauen:

- / Was bereitet Ihnen da am meisten Freude oder „Befriedigung“?
- / Was denken Sie, welche Ihrer persönlichen Wertvorstellungen und Prinzipien am besten zu Ihrer Arbeit im Unternehmen passen?
- / Wenn Sie mit Freunden über Ihre Arbeit im Unternehmen reden: wie bringen Sie das mit wenigen Sätzen auf den Punkt, was erzählen Sie mit Freude und Stolz? Mit welchen Eigenschaften beschreiben Sie in einem solchen Gespräch Ihre Arbeit / Ihren Arbeitgeber?
- / Würden Sie da auch Unterschiede zwischen Ihrem Bereich und anderen Bereichen bzw. dem Gesamtunternehmen anführen?
- / Was ist Ihrer Meinung nach der Hauptgrund, wofür Sie / Ihre Einrichtung / das Gesamt-Unternehmen insgesamt tätig werden sollen?
- / Was ist das Typische für Ihre Einrichtung beim Umgang mit Ihren Zielgruppen?
- / Wann sind Sie der Meinung, dass Sie in Ihrem Job erfolgreich sind?
(Erfolgskriterien) Was sind typische Standards in Ihrer Arbeit, zu denen Sie und Ihre KollegInnen sich jedenfalls verpflichtet fühlen, auch wenn Sie Land unter sind?
- / Was daran ist das „Unternehmens-Typische“? (gibt es so nur bei Ihnen, unterscheidet sie von den anderen)

- / Setzen Sie bitte aus der Sicht eines Stakeholders den Satz fort: „Wenn ich in das Unternehmen gehe bzw. deren Dienstleistungen in Anspruch nehme, dann bekomme ich“

Der Kontext

Ohne die Erwartungen des Umfeldes im Auge zu haben, funktioniert vermutlich nichts. Deswegen haben wir dazu auch einige Fragen vorbereitet.

- / Was würden Sie sagen, zeichnet die Zusammenarbeit innerhalb Ihrer eigenen Einrichtung, zwischen den Einrichtungen / Gesellschaften in besonderer Weise aus?
- / Was davon sollte unbedingt als „gemeinsame Klammer“ für alle in einem Leitbild verankert sein?
- / Und wenn das tatsächlich so von allen gelebt wird, was denken Sie, bringt das dem Unternehmen?
- / Wenn Sie sich verwandte Organisationen ansehen, was unterscheidet Sie von denen? Was ist Ihr „Alleinstellungsmerkmal“, Ihre „Kernkompetenz“, die von den anderen nicht oder jedenfalls nicht leicht kopiert werden kann?
- / Auf den Punkt gebracht: Warum kommen Ihre Zielgruppen möglicherweise lieber zu Ihnen als zu denen?

Wenn Sie was verändern könnten...

Papier ist geduldig, das wissen wir alle. Selbst wenn die tollsten Dinge in einem Leitbild stehen, nutzt das nichts, wenn es nicht gelebt wird. Daher noch folgende Überlegungen

- / Wenn Sie am Dienstleistungsverständnis des Unternehmens schrauben könnten, welche Stellhebel würden Sie als erstes festziehen?
- / Welche der in Ihrem Bereich wichtigen Werte braucht es, damit ein Leitbild wirklich zum Leben erweckt wird?

Und zum Schluss

- / Welche Frage hätten Sie gerne gestellt bekommen aber bis jetzt noch nicht gehört?
- / Worauf sollte Ihrer Meinung nach beim Umsetzungsprozess des Leitbildes unbedingt geachtet werden? Wer oder was könnte dabei hilfreich sein?